



— Universidad —
Inca Garcilaso de la Vega
Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas

ESCUELA DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN MARKETING Y COMERCIO
INTERNACIONAL**

TESIS

**EL MARKETING ORGANIZACIONAL COMO ESTRATEGIA
DE MOTIVACIÓN A LOS COLABORADORES Y LA
CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LA MUNICIPALIDAD DEL
DISTRITO DE SURCO – LIMA, 2019-2020**

PRESENTADO POR:

DANNA JENNIFER DELGADO ALCALDE

**Para Optar el Grado de Maestra en Marketing Y Comercio
Internacional**

Asesor: Dr. Pedro Durand Saavedra

LIMA - PERÚ

2021

RESUMEN

El marketing es importante para cualquier organización, dado que ayuda a las empresas a mejorar su integración dentro de la misma, interconectando otros departamentos y así lograr una visión más amplia en cuanto a la calidad del servicio que debe recibir el usuario tanto en instituciones como del sector empresarial, dado que la satisfacción brinda seguridad en todo ámbito.

El objetivo general del estudio fue: Demostrar si el marketing organizacional como estrategia de motivación a los colaboradores, incide en la calidad de los servicios en la Municipalidad del distrito de Santiago de Surco – Lima, 2019-2020. El tipo de investigación fue explicativo y el nivel aplicativo; por otro lado, el método y diseño de investigación fue *expos facto* o retrospectivo; y con relación a la población objeto de estudio estuvo constituida por la Municipalidad Distrital de Santiago de Surco con una muestra de 343 colaboradores con un muestreo de probabilidad del 95% de confianza y con un 5% como margen de error.

Respecto a los instrumentos utilizados para la medición de las variables fue la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario, el cual fue validado por Doctores en Administración y Finanzas expertos en la materia que realizaron la evaluación y que dieron la validación de criterios y de constructo; con relación a la prueba estadística fue el chi cuadrado, corregida por Yates.

En conclusión, se ha demostrado que el marketing organizacional como estrategia de motivación a los colaboradores, incide significativamente en la calidad de los servicios en la Municipalidad del distrito de Santiago de Surco – Lima, 2019-2020.

Palabras clave: Marketing organizacional, calidad de los servicios, políticas y estrategias, reducción del tiempo, necesidades de los usuarios, satisfacción de necesidades.

ABSTRACT

Marketing is important for any organization, since it helps companies to improve their integration within it, interconnecting other departments and thus achieve a broader vision regarding the quality of service that the user should receive both in institutions and in the business sector, since satisfaction provides security in all areas.

The general objective of the study was: To demonstrate if organizational marketing as a motivational strategy for employees affects the quality of services in the Municipality of the Santiago de Surco district - Lima, 2019-2020. The type of research was explanatory and the application level; on the other hand, the research method and design was ex-facto or retrospective; Regarding the population under study, it was constituted by the District Municipality of Santiago de Surco with a sample of 343 collaborators with a probability sample of 95% confidence and with a 5% margin of error.

Regarding the instruments used to measure the variables, the survey technique with its instrument was the questionnaire, which was validated by Doctors in Administration and Finance experts in the field who carried out the evaluation and who validated the criteria and construct; in relation to the statistical test it was the chi square, corrected by Yates.

In conclusion, it has been shown that organizational marketing as a motivation strategy for employees, significantly affects the quality of services in the Municipality of the district of Santiago de Surco - Lima, 2019-2020.

Keywords: Organizational Marketing, quality of services, policies and strategies, time reduction, user needs, satisfaction of needs.